

Эволюция способов коммуникации

Развитие общества, сопровождается динамикой социальной коммуникации. По мере развития общественной мысли и технологических решений общество переходило от одной ступени развития коммуникативных связей к другой, однако все формы коммуникации равноправно используются в обществе, в зависимости от целей, поставленных коммуникантами.

На сегодняшний день сформировалась уникальная в своем роде, качественно новая коммуникативная площадка – Интернет. Объединяя весь функциональный состав всех существовавших ранее каналов связи, Интернет быстро превращается из средства для получения информации, в полноценный коммуникативный, социальный, «тусовочный пласт», собирающий огромное количество человек в одной виртуальной сети (см., в частности, [1, 2, 3]).

С появлением такого механизма, который уже в корне изменил множество коммуникативных каналов, многие «рамки» в жизни человека стерты. Здесь можно говорить о появлении качественно нового коммуникативного канала, не имеющий аналогов по качеству и количеству информации. Количество участников постоянно растет, и начинает плавно переваливать за восемьсот миллионов пользователей, что без сомнения достаточно для коммуникативного процесса в целом, и даже в появлении и выделении нового вида социальной коммуникации.

Виды коммуникации разделяют по составу коммуникантов. В частности, существуют:

- интраперсональная коммуникация равна разговору с самим собой, человек диалогизирует с «внутренним Я»;
- межличностная коммуникация как правило связана с идеальной моделью коммуникации, в ней участвуют двое коммуникантов;
- групповая коммуникация: коммуникация внутри группы, между группами, индивида с группами и т.д.;
- массовая коммуникация: происходит в том случае если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по своим интересам и коммуникативному опыту групп.

Именно при анализе развития и глобализации форм и инструментов массовой коммуникации, мы видим, как со временем изменяются, растут и усложняются формы и способы передачи информации в современном обществе [5].

Развитие массовой коммуникации и средств массовой информации началось с изобретения простейших инструментов усиления человеческого голоса, таких например как рупор, а также с первых печатных изданий, которые используются и в современном обществе, как достаточно эффективная модель донесения информации до не участвующих, малоактивных, в рамках данной ситуации, коммутантов. Следом технический прогресс внес новый инструмент массовой коммуникации - радио, основным достоинством и нововведением которого являлось не привязанность к расстояниям и одновременность донесения информации до получателей, способность одновременно повлиять на всех слушателей, придавая массовой коммуникации все более специфическую форму.

Изобретение и создание телевидения, без сомнения, изменило представление о формах массовой коммуникации. Г. Тард отмечал, что представление о коммуникации изменилось бы, если бы была возможность одновременно внушать большому числу людей, не объединенных в одном месте, одну и ту же идею [4]. Одновременная подача материала бесконечному множеству респондентов, подкрепленная визуальной картинкой, на любом возможном расстоянии от респондентов оказалось крайне эффективным коммуникативным каналом, популярность которого на протяжении всего его существования только растет.

Однако, все вышеперечисленные формы и модели коммуникативных связей объединены одной общей составляющей – основная функция всех моделей – донесение и передача информации, от источника к приемнику. Они лишены обратной связи и реакции на полученные данные.

В основе коммуникационной модели традиционных СМИ лежит процесс «один ко многим», при котором информация передается группе потребителей, используя средство коммуникации. В зависимости от выбора этого средства информация может быть представлена в статическом виде — это текст, графика, или динамическом — аудио, видеоизображение, анимация, либо объединять оба этих вида. Главной особенностью, лежащей в основе взаимодействия традиционных средств массовой информации с потребителями, является отсутствие интерактивного взаимодействия.

При появлении такого типа массовой коммуникации как Интернет, качественно поменялась вся модель воздействия массовой коммуникации на социальную среду. Коммуникативная площадка сети делает всех участников процесса равноправными, с возможностью донести свое мнение до общественности, что делает коммуникацию в Интернете сетевой не только по техническому принципу инструмента коммуникации, но и по принципу

соединения бесконечно многих элементов процесса, каждый из которых может внести свой вклад в порождаемый смысл информации. Основной функцией данной модели, наряду с донесением и передачей, является обмен и «переваривание» информации внутри сети.

При общении через Интернет взаимодействие происходит через специфическую среду, которая вносит в него значительный вклад.

Эта модель подчеркивает, что первоначальное общение происходит не между отправителем и получателем информации, а скорее между пользователем и некой средой, коммуникационным пространством, причем оба участника диалога являются как отправителями, так и получателями информации. В данной модели сделан шаг от простого обмена данными между «передатчиком» и «приемником» к созданию информационной среды, которая воспринимается и, возможно, модифицируется участниками диалога.

Модель среды Интернета включает в себя ярко выраженные обратные связи. Наличие обратных связей значительно повышает эффективность использования коммуникативного средства взаимодействия и возможности адекватно реагировать на события, происходящие во внутренней и внешней среде [6, 7].

Такая площадка как Интернет представляет собой многонаправленную, разветвленную коммуникативную модель, в которой каждый абонент сети имеет возможность обратиться к другим отдельным абонентам или группам от своего имени, или же от имени группы. В данном случае, мы видим модель «многие ко многим».

В этой модели средством и инструментом коммуникации является компьютерная сеть, а информация подается либо в обычном печатном виде, либо в медиа-формате. В данной модели интерактивное взаимодействие возможно абсолютно между всеми элементами данной коммуникативной ситуации. Причем воздействие возможно как с другими пользователями Интернета, так и с самой средой непосредственно (в первом случае соответственно происходит межличностное взаимодействие, а во втором случае взаимодействие со средой). Благодаря такой интерактивной схеме коммуникации, передатчик информации одновременно является и ее потребителем [6].

Информация в Интернете не просто передается от отправителя к адресату, - эта информация проходит сквозь множество опосредованных передатчиков, видоизменяясь по пути, и уже в новом преобразованном виде воспринимается адресатом или группой или всей данной средой коммуникации.

Интернет при этом становится только местом моделирования реальной среды, а ее альтернативой и основой для построения новой виртуальной сферы ведения дебатов, дискуссий, заработка денег, поиск единомышленников и тому подобное.

Отметим, что в нашем случае термин «Интернет» указывает лишь на технологию связи. Сама же коммуникация проходит с помощью приложений и сервисов, которые предоставляются в сети. Наиболее распространенными Интернет-сервисами являются: хранение данных; передача сообщений и блоков данных; электронная и речевая почта; организация и управление диалогом партнеров; предоставление соединений; проведение сеансов; видео-сервис, личный контент на странице в социальной сети. Все эти сервисы предоставляются службами Интернета.

При первом знакомстве с Интернетом хорошо видно, что в отличие от традиционных СМИ, тут представлена значительно большая степень контроля со стороны потребителя и свобода выбора (под понятием «традиционные средства информации» подразумеваются телевидение, радио, газеты, журналы, прямая почтовая реклама, под новыми средствами понимается, прежде всего, Интернет).

Данная коммуникативная модель, благодаря свойствам интерактивности, эффекту присутствия и информационной насыщенности (текст, изображение, звук), а также за счет использования сетевой навигации, существенно превосходит другие средства информации по возможностям общения с существующими и потенциальными абонентами [6].

С другой стороны, Интернет, как и любая коммуникативная среда, всегда трансформирует и как бы «размывает» личность автора, что приводит к относительной анонимности пользователей, общающихся через эту среду.

Коммуникация посредством Интернет устроена таким образом, что на одном полюсе действует профессиональный производитель информации, а на другом всегда остается массовый субъект — заранее неопределенное по численности множество анонимных пользователей. К анонимности зачастую тяготеет даже полюс производства информации, такова сила ее природы в этой медийной среде. Недаром в Интернет так много сведений, происхождение которых не установлено.

Отметим также, такой аспект как скорость распространения информации в сети. Можно с уверенностью сказать, что доставка сообщения до абонента происходит практически молниеносно как при массовом распространении, так и при межличностном общении коммутантов. Специализированные приложения и сервисы придают механизму передачи информации условный характер, само собой, подразумевая, что сообщение будет доставлено практически моментально, и доступно в любой момент времени, удобный для абонента. Данный факт — еще одно принципиальное отличие сети Интернет от других, тоже прогрессивных способов и каналов передачи информации.

Как только информация попадает в сеть, она становится достоянием общественности, общественного мнения и общественной огласки. Невозможно сохранить монополию на сообщение внутри сети. Любой заинтересованный

пользователь тут же делиться полученной информацией в сети, дублируя ее, оставляя комментарии и любым другим способом выражая свою реакцию. Интерес и внимание к сообщению или источнику, при попытке каким либо образом сохранить монополию на информацию, лишь растет и подогревается общественностью, порождая все новые оценки и реакции, передаваемые от пользователя к пользователю [7].

Очень важной характеристикой коммуникации внутри Интернета, является отсутствие эффективных инструментов цензурирования информации попавшей в сеть. Как уже говорилось выше – информация становится достоянием общественности и общественного мнения, которое очень чувствительно в вопросах умышленной корректировки и цензуры на информацию. Несмотря на то, что пользователи, абоненты и источники информации в реальной жизни могут никогда и не увидится, – внутри сети все социально активные юниты находятся как «на ладони», соответственно их деятельность тут, — тоже достояние общественности. В этом плане цензурирование информации (кем либо), после момента попадания ее в общее пользование в Интернете, является не совсем удачной идеей (мы не говорим о конкретных случаях, когда шумиха вокруг цензуры является, например, задумкой автора сообщения), которая почти наверняка вызовет лишь усиление интереса общественности к данному сообщению, и к причинам внесения корректировок в первоначальный вариант. Сейчас мы видим, как часто неприемлимые информационные послания (разного формата и качества) просто удаляются из сети компетентными институтами, и видим, как остро реагирует на данные события общественность в сети. Проблема цензурирования в Интернете довольно остро стоит во многих современных обществах, руководители которых пытаются до сих пор сохранить, например, влияние своей пропаганды, вызывая искусственный «информационный голод», или же выстраивая свою, направленную, информационную политику [6, 7].

Очень важно то, что общение и коммуникация перестает быть привязанной к местоположению общающихся. На этой основе Интернет может выполнять социально-креативную функцию, то есть формировать новые общности с единой информационной базой и общим ценностно-нормативным фундаментом. В данной модели наконец-то происходит переход от односторонней к двухсторонней модели коммуникации.

В условиях Интернет-площадки, аудитория может участвовать в производстве информации и информационном обмене. Аудитория перестает быть только получателем сообщений. Однако здесь использование интерактивных возможностей никогда не преодолет естественного разделения ролей.

И в заключении, говоря о феномене появления новой коммуникативной площадки в современном обществе, мы утверждаем, что с появлением Интернета,

социум получил качественно новый, прогрессивный толчок к развитию, расширению и глобализации социальной коммуникации как таковой. Любой участник коммуникации в силах теперь не только оценить ситуацию, но и повлиять на ход ее развития. В условиях сети каждый в равной степени имеет право, возможность заявить о себе, о своей позиции и легко найти единомышленников, если таковые присутствуют.

Задача коммуникатора теперь не просто передать сообщение от источника к адресату, его задача — пройти сквозь интерактивное пространство. Информация должна дойти до получателя искаженной через призму социальных реалий и общественных настроений, что, без сомнения, делает гораздо более интересным труд и творчество различных информационных, маркетинговых и других создателей и источников информации.

Контент в рамках сети приобретает известную степень автономности относительно создателя, так как коррективы вносятся не отдельными респондентами, а целыми сферами, сообществами – можно сказать что при развитии такой коммуникативной модели как Интернет, в нашем современном обществе зародилась новая, сетевая модель коммуникации, которая выводит многие процессы в современном обществе на новый уровень, акцентируя внимание на одних явлениях и исключая из сферы внимания аудитории другие.

Литература:

1. Интернет вступает в новую фазу // Мир Internet, 1998, № 5.
2. Кочетов А. Н. Влияние Интернета на развитие общества // <http://emag.iis.ru/>
3. Кудилин М.А. Интернет – наше все //издание Вокруг Internet, 2004, №8
4. Тард Г., Мнение и толпа. // Психология толп., М, Наука, 1997.
5. Тард Г., Социальная логика, М, Социально-психологический центр, 1996.
6. Ходяков В.В., Федосеев С.В. Интернет как средство массовой коммуникации // Научный журнал «Фундаментальные исследования», №11, 2008 г.
7. Шеремет А. Н. Интернет как СМК. Социологический взгляд // Автореферат, Екб. 2004 г.

2012

Ермош И.В.

Аспирант СФУ, ИППС

Специальность 22.00.04

«Социальная структура, социальные институты и процессы»